

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PONSEL BLACKBERRY  
DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

VITOALDY IOBAL PRAMANA  
1012010080 / FEB / EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2014

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PONSEL BLACKBERRY  
DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Progdi manajemen



Diajukan Oleh :

VITOALDY IQBAL PRAMANA  
1012010080 / FEB / EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2014

SKRIPSI  
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PONSEL BLACKBERRY  
DI KOTA SURABAYA

Yang diajukan

VITOALDY IQBAL PRAMANA

1012010080 / FEB / EM

Disetujui untuk ujian skripsi :

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Nur Mahmudah, MS

Tanggal : .....

NIP. 195010121985032001

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur

Drs. Ec. H. R.A. Suwaidi, MS

196003301986031003

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PONSEL BLACKBERRY DI  
KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :

VITOALDY IQBAL PRAMANA

1012010080 / FEB / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
pada tanggal : 23 Mei 2014

Pembimbing Utama

Tim Penguji :  
Ketua

Dra.Ec. Nur Mahmudah, MS  
NIP. 19501012 198503 2001

Dra.Ec. Nur Mahmudah, MS

Sekretaris

Rizky Dermawan, SE, MM

Anggota

Dra.Ec.Mei Retno. A, Msi

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM  
NIP. 19630924 198903 1001

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) Progdi manajemen Universitas pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PONSEL BLACKBERRY DI KOTA SURABAYA”.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh hormat menghaturkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarta, Mp. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. H. Dhani Ichsanudin N, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Muhadjir Anwar, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dra. Ec. Mahmudah, MS. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, dan

dorongan yang sangat berhargaserta kesabaran dan perhatiannya dalam penulisan penelitian ini.

5. Terima kasih yang paling utama penulis haturkan kepada kedua orang tua mama dan papa tercinta atas segala doa, pengorbanan, finansial sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi tanpa kekurangan.
6. Teman-teman penghuni kost Gunung Anyar Wildan, Adi, Yudi, Zainudin dan Mashaji terima kasih telah memberikan masukan kepada penulis dan atas waktu yang kalian luangkan untuk menemani menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk Steffany atas segala semangat, waktu, serta nasehat yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi sampai selesai.
8. Sahabat seperjuangan Program Studi Manajemen Novi, Erina, Nita, Widi, Shobri, dan Ayis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan semangat kalian.

Penulis menyadari dan seteguh hati bahwa penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, wawasan, dan pengalaman. Untuk itu penulis sangat mengharap kritik demi kesempurnaan yang akan datang.

Surabaya, Mei 2014

Penulis

# DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	ii
ABSTRAKSI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
1). Dina Amri (2013).. .....	9
2). Dinar Ika Pratiwi (2010) .....	9
3). Suci Widyawati (2013) .....	10
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pemasaran.....	11
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	13
2.2.3 Kualitas Produk.....	15
2.2.3.1 Indikator Kulitas Produk .....	16
2.2.4 Kepuasan Pelanggan .....	17
2.2.4.1 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	20



2.2.5 Loyalitas Pelanggan .....	21
2.2.5.1 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	23
2.2.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas.....	23
2.2.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas .....	24
2.2.8 Kerangka Konseptual.....	26
2.3 Hipotesis.....	26
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
3.1.1 Definisi Operasional .....	27
3.1.1.1 Kualitas Produk (X1) .....	27
3.1.1.2 Kepuasan Pelanggan (X2).....	28
3.1.1.3 Loyalitas Pelanggan (Y).....	28
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	29
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	29
3.2.1 Populasi .....	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data .....	30
3.3.3 Pengumpulan Data.....	31
3.4 Teknik Analisa Data dan Uji Hipotesis.....	31
3.4.1 Teknik Analisis Data.....	31
3.4.2 Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif .....	33
3.4.2.1 Model Indikator Reflesif.....	33

3.4.2.2 Model Indikator Formatif.....	35
3.4.3 Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS).....	38
3.4.4 Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS).....	38
3.4.5 Langkah-langkah PLS.....	39
3.4.6 Asumsi PLS.....	41
3.4.7 Ukuran Sampel.....	41
3.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Blackberry .....	45
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
4.3.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.3.2 Deskripsi Kualitas Produk (X1) .....	47
4.3.3 Deskripsi Kepuasan Pelanggan (X2) .....	50
4.3.4 Deskripsi Loyalitas Pelanggan (Y) .....	51
4.4 Analisis Data.....	53
4.4.1 Evaluasi Outlayer.....	53
4.4.2 Model PLS.....	55
4.4.3 Uji Validitas.....	58
4.4.4 Reliability.....	59
4.4.5 Inner Model (Pengujian Model Struktural).....	60
4.4.6 R-Square.....	60
4.4.7 Results For Inner Weights.....	61
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas	
(Y).....	62
4.5.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) Terhadap Loyalitas	
(Y).....	63

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	65

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PONSEL BLACKBERRY  
DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

**VITOALDY IQBAL PRAMANA**  
1012010080 / FEB / EM

**ABSTRAKSI**

Ponsel merupakan suatu alat komunikasi suara nirkabel (tanpa kabel) yang dapat dibawa kemana-mana dan sangat memudahkan manusia dalam bersosialisasi. Blackberry sebagai satu produsen ponsel terbesar di dunia telah menjadi sebuah trend dalam penggunaannya ponsel di Indonesia. Setiap perusahaan perlu membangun loyalitas termasuk perusahaan seperti RIM blackberry. Tanpa adanya loyalitas pelanggan, maka diyakini perusahaan tidak akan bertahan dalam persaingan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Ponsel Blackberry di Surabaya. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 110 responden, metode yang digunakan adalah non probability sampling. Pengumpulan data primer diperoleh dari penyebaran kuisioner dan data sekunder diperoleh dari perusahaan. analisis data yang digunakan yaitu PLS (Parsial Least Square).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama bahwa kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna ponsel Blackberry di Surabaya sedangkan secara parsial hanya kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pengguna ponsel Blackberry di Surabaya.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi komunikasi dari tahun ke tahun sudah menunjukkan kemajuan yang sangat pesat, salah satunya kemajuan handphone atau biasa kita sebut sebagai ponsel. Ponsel merupakan suatu alat komunikasi suara nirkabel (tanpa kabel) yang dapat dibawa kemana-mana dan sangat memudahkan manusia dalam bersosialisasi. Saat ini hampir setiap individu menggunakan handphone/ ponsel dalam kehidupannya, penggunaan ponsel pun tidak lagi sebatas karena kebutuhan akan komunikasi namun juga untuk menunjang status individu penggunaannya di masyarakat.

Para produsen pun berlomba-lomba melakukan inovasi produk dengan tipe, model dan teknologinya masing-masing yang disesuaikan dengan kebutuhan profesi, status, gaya hidup, dan hobi penggunaannya. Salah satunya yaitu Blackberry sebagai satu produsen ponsel terbesar di dunia telah menjadi sebuah trend dalam penggunaannya ponsel di Indonesia. Setiap perusahaan perlu membangun loyalitas termasuk perusahaan seperti RIM blackberry. Tanpa adanya loyalitas pelanggan, maka diyakini perusahaan tidak akan bertahan dalam persaingan.

Loyalitas merupakan suatu faktor penting bagi suatu perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis, loyalitas pelanggan tercermin dari antusias pelanggan atas produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) “Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.”

Blackberry adalah perangkat genggam nirkabel yang memiliki layanan push email, telepon seluler, sms, faximili, internet, penjelajah internet dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Blackberry begitu digandrungi karena kelebihanannya di tombol QWERTY dan fitur messanging yang mengakomodasi para remaja menyalurkan keranjingan mereka terhadap pesan instant pesan pendek (SMS). Sementara, Apple dan iPhone menjadi perangkat yang unggul dalam hal pengalaman berselancar web, dan fungsi multimedianya.

Ponsel Blackberry sudah memiliki pesaing dengan munculnya serbuan ponsel iphone dan deretan ponsel Android dengan kualitas produk yang menjanjikan membuat para pengguna Blackberry mungkin saja akan berpindah tidak lagi menggunakan Blackberry di kemudian hari. Namun demikian, Blackberry sebagai gadget yang identik dengan Blackberry Meseenger (BBM), RIM Blackberry tetap harus mengembangkan perangkatnya bila ingin menguasai pasar smartphone.

Berikut ini fenomena yang terjadi pada ponsel Blackberry :

Setelah dikabarkan salah satu fitur eksklusifnya yakni BlackBerry Messenger akan dapat diakses di Android dan iOS, pertahanan BlackBerry terlihat kian lama kian menurun. Selain disebabkan dari gencarnya perangkat berbasis Android dan iOS, BlackBerry sendiri ternyata juga memiliki masalah di

dalamnya. Hal inilah yang menyebabkan penjualan BlackBerry yang semakin menurun.

Seperti berita yang dilansir dari Bloomberg, bahwa Tifatul Sembiring (Menteri Komunikasi dan Informatika Indonesia) menyatakan bahwa penjualan BlackBerry benar-benar menurun tajam dengan persentase yang sangat menyedihkan yaitu 70%. Menteri Komunikasi dan Informatika sendiri menyatakan perasaan kecewa akan layanan BlackBerry yang kian lama kian menurun dalam segi kualitas. Hal ini tentu membuat kekecewaan yang besar karena menyebabkan anjloknya penjualan perangkat tersebut secara besar. Menurut Tifatul, menurunnya penjualan BlackBerry disebabkan oleh karena buruknya kualitas layanan BBM.

Berbagai hal menyebabkan penjualan BlackBerry kian menukik tajam. Seperti baru-baru saja ada masalah besar yang terjadi pada layanan BBM di negara-negara yang berada di kawasan Asia Pasifik yang membuat beberapa negara seperti Indonesia, Hong Kong, Thailand, India dan lainnya mengalami masalah pada fitur unggulan BlackBerry tersebut. Hal ini tentu merupakan sebuah kerugian besar untuk BlackBerry, karena fitur unggulan yang dimiliki BlackBerry adalah BBM. (Nariswari). <http://www.tabloidpulsa.co.id/>

Dari fenomena diatas dapat dilihat bahwa ponsel Blackberry sedang mengalami penurunan. Terbukti bahwa ponsel Blackberry mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Ponsel Blackberry Tahun 2013

<b>2013 Q2 Handset Shipment Market Share by OEM</b>	
Samsung	27.3%
Nokia	14.6%
Apple	7.5%
LG	3.9%
ZTE	3.6%
Huawei	3.1%
TCL (Alcatel)	2.9%
Lenovo	2.7%
CoolPad (Yuloong)	2.5%
Sony Mobile	2.3%
Blackberry	1.6%
HTC	1.6%
Xiaomi	0.9%
Motorola	0.8%
Other	24.7%

Sumber : [Gartner \(August 2013\)](#)

Dari tabel 1.1 di atas Samsung masih menjadi penguasa untuk pengiriman ponsel dan smartphone terbesar di dunia. Mereka menguasai pangsa pasar hingga 27% yang diperkirakan mencapai sekitar 114 juta unit. Samsung sendiri menjadi penguasa ponsel dan smartphone selama enam kuartal berturut-turut



menyingkirkan Nokia yang kini berada di posisi kedua dengan pangsa pasar sekitar 14.6% (sekitar 61 juta unit). Lalu, BlackBerry yang masih sangat besar jumlah penggunaanya di Indonesia hanya berada di urutan ke sebelas dengan pangsa pasar 1.6% (sekitar 6.8 juta unit) disusul HTC, Xiaomi dan Motorola.

Setiap perusahaan perlu membangun loyalitas termasuk perusahaan seperti RIM Blackberry. Tanpa adanya loyalitas pelanggan, maka diyakini perusahaan tidak akan dapat bertahan dalam persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan kepuasan terhadap kualitas produk (performance, feature, reliability, conformance to spesifikasi, durability, serviceability, aesthetic, and perceived quality) yang memuaskan bagi pengguna Blackberry.

Persoalan kualitas produk menjadi salah satu faktor pertimbangan oleh konsumen untuk memilih dan menggunakan produk. Produk- produk yang berkualitas, teruji, dan bernilai tinggi memiliki nilai yang lebih dari sisi konsumen. Jika kinerja berada bawah harapan, pelanggan tidak akan puas dan jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Saat ini semua produsen meyakini pentingnya memenuhi kepuasan pelanggan pada segala aspek produk (barang dan atau jasa) yang dijual ke pasar. Para petinggi/manajemen puncak perusahaan juga umumnya semakin menyadari dan mempercayai adanya hubungan langsung antara customer satisfaction (kepuasan pelanggan) terhadap peningkatan raihan pangsa pasar (market share). Kepuasan pelanggan sangat penting dan menentukan.

Tuntutan konsumen agar BlackBerry bisa menambah kapasitas memori internal yang lebih besar agar mesin Blackberry bisa bekerja keras menjalankan begitu banyak aplikasi sehingga Blackberry tidak mudah hang dan kadang terasa panas, begitu juga dengan spesifikasi kamera yang hanya beresolusi kecil sehingga konsumen kurang merasa puas menggunakannya. spesifikasi serta kapasitas memori yang terbatas Blackberry tidak berbanding dengan kompetitornya android dan apple yang kaya dengan aplikasi. Bertambah banyaknya jumlah pelanggan pengguna ponsel Blackberry yang complain untuk servis di garansi resmi Blackberry. Begitu juga lamanya waktu yang dibutuhkan untuk perbaikan ponsel Blackberry yang cukup lama. Hal tersebut membuat pelanggan tidak merasa puas. Sumber : <http://www.tabloidpulsa.co.id/>

Menurut Kotler (1997:48) terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan. semakin tinggi kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan menyebabkan harga yang lebih tinggi serta (sering kali) biaya yang lebih rendah.

Menurut Aini Enggar (2008) dalam penelitian Dinar Ika Pratiwi (2010:22) menyatakan salah satu strategi yang efektif dalam mengatasi hal ini adalah kualitas produk, kualitas memiliki daya tarik bagi konsumen dan sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih barang maupun jasa. Produk dikatakan berkualitas jika sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sangat penting pula mempertahankan kualitas, karena kualitas yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya, dimana produk yang baik akan menimbulkan keputusan membeli dan nantinya

berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan. Karena semakin tinggi kualitas produk yang diterima pelanggan maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan tersebut.

Menurut Jones dan Sasser (1994:745) dalam penelitian Trisno Musanto (2004:128) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan data dan pernyataan yang telah di uraikan di atas maka penelitian ini mengambil judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PONSEL BLACKBERRY DI KOTA SURABAYA”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka yang akan menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.2.1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pengguna ponsel

Blackberry di kota Surabaya ?

1.2.2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna ponsel

blackberry di kota Surabaya ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk :

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pengguna ponsel Blackberry di kota Surabaya.
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengguna ponsel Blackberry di kota Surabaya

### 1.4. Manfaat Penelitian

Dari Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya adalah:.

1. Dengan adanya hasil dari penelitian ini akan memberi masukan untuk perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.
2. Dengan adanya hasil dari penelitian ini dapat memberikan kesempatan kepada penulis untuk membahas mengenai ilmu-ilmu yang diterima selama masa perkuliahan ke dalam praktek lapangan.
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lain apabila akan mengadakan penelitian lebih lanjut.